

Licence Professionnelle - Métiers du commerce international

université
de BORDEAUX

Code :

LIEU DE FORMATION

IUT - Pôle universitaire de sciences de gestion
35 avenue Abadie

Accès > Tram A : station
Jardin botanique
33072 Bordeaux Cedex

Durée : 1 an en L3

CONTACT

Formation :
Yves DAVO
Maître de Conférences en
Etudes Anglophones
Département Tech de Co -
IUT de Bordeaux
lp-mpci@iut.u-bordeaux.fr

Alternance :
Martin Geneviève
05 56 00 95 69
fca-bastide@iut.u-bordeaux.fr

Inscription :
COSSE Sandra
scolarité
lp-mpci@iut.u-bordeaux.fr

[TÉLÉCHARGER LA FICHE](#)
[AU FORMAT CSV](#)

Management des projets commerciaux à l'international

La Licence Professionnelle MPCl a pour objectif principal de former des jeunes aux trois métiers majeurs du commerce international (import, export, logistique). A la fin de la formation, ces étudiants sont directement opérationnels par les compétences acquises autant à l'Université qu'en entreprise (contrat d'apprentissage ou de professionnalisation d'un an).

Les futurs diplômés seront capables d'appréhender un marché, de négocier et de gérer des produits ou des services à l'international.

Objectifs

Les objectifs de la formation

Le titulaire du diplôme dispose d'un socle de connaissances solides :
sur les grandes zones économiques et leurs déterminations culturelles,
en langues étrangères.

Le titulaire du diplôme est capable de :
Prendre en compte les spécificités interculturelles dans la vie de l'entreprise, en apprécier les implications, résoudre les problèmes posés ;

Intervenir dans les processus de commercialisation en les adaptant aux caractéristiques des marchés internationaux selon leurs spécificités culturelles, notamment :

o Dans le processus de marketing international : mettre en œuvre le plan marketing du produit ou de la gamme ; analyser dans un contexte international les parts de marché, ventes, marges bénéficiaires du produit ou de la gamme et proposer des ajustements (opérations de promotion, alignement sur la concurrence...);

o Dans le processus de communication interculturelle : Mettre en œuvre le plan média de mise sur le marché international du produit ou de la

gamme et les supports de promotion (fiche technique, argumentaire de vente, catalogue...); mettre en œuvre la campagne promotionnelle des produits ;

o Dans le processus de négociation interculturelle : négocier les quantités, les prix et les délais avec les fournisseurs de produits, les prestataires de service ou les clients dans un cadre interculturel ; établir les devis ainsi que les contrats d'achat ou de vente ; suivre l'exécution des contrats selon les clauses (quantité, qualité, respect des délais) ;

Participer à la gestion et au management des équipes multiculturelles : suivre les actions de gestion de ressources humaines (recrutement, formation...) ; suivre et mettre à jour les dossiers individuels des salariés et réaliser les déclarations réglementaires ; élaborer et actualiser les supports de suivi et de gestion des ressources humaines (tableaux de bord sociaux, grilles de salaires, plannings des congés...);

Utiliser les Techniques de l'Information et de la Communication (TIC).

Insertion

Métiers accessibles

Le titulaire du diplôme peut accéder aux emplois suivants :

Acheteur international junior,
collaborateur direction commerciale export,
assistant chef de produit,
adjoint au directeur des ressources humaines,
chargé de communication,
cadre responsable de la mise en œuvre des pouvoirs publics et agissant à l'international.

Codes ROME:

D1401 - Assistanat commercial

D1402 - Relation commerciale grands comptes et entreprise

M1101 - Achats

M1501 Assistanat en ressources humaines

M1703 - Management et gestion de produit

Secteurs d'activité

Commerce international

Échanges économiques et culturels internationaux

Gestion des ressources humaines à l'international

Contenus

Contenu de la formation

SEMESTRE 1

UE 1 : Langages fondamentaux = 8 ECTS

UE 2 : Développer des projets à l'international = 10 ECTS

UE 3 : Gérer les opérations à l'international = 12 ECTS

SEMESTRE 2

UE 4 : Approfondissement en commerce international = 15 ECTS

UE 5 : Projet tuteuré = 5 ECTS

UE 6 : Période en entreprise = 10 ECTS

Rythme d'alternance

14 semaines en IUT / 38 semaines en entreprise, de septembre à septembre.

La licence ne peut être suivie que par des étudiants sous contrat d'apprentissage ou de professionnalisation avec des entreprises en lien avec l'international. Cette dimension internationale est assurée par les missions confiées à l'étudiant, missions qui feront l'objet d'un engagement écrit de l'entreprise quant à leur dominante internationale, que ce soit à l'achat, à la vente ou à la logistique. Dans le cadre de ces missions, l'étudiant pourra être appelé à se déplacer dans un ou plusieurs pays étrangers.

Exemples d'entreprises partenaires : Dassault, Bardinet, Lectra, Filhet Allard, Les Grands Chais de France... ; ainsi que les Conseillers du Commerce Extérieur de la France (CCEF) de la Région Nouvelle Aquitaine.

Admissions

Conditions d'accès

En alternance, l'accès à la licence professionnelle est ouvert aux candidats titulaires d'un diplôme national sanctionnant deux années d'enseignement supérieur validées (DEUG, DUT, BTS, BTSA ; DEUST) dans un domaine de formation compatible avec celui de la licence professionnelle ou après validation d'un diplôme du domaine correspondant.

L'admission définitive est subordonnée à la signature d'un contrat d'apprentissage.

Les candidatures en licences professionnelles sont gérées sur le site CIELL des IUT. Ouverture du serveur du 14 avril au 15 mai 2017. : cliquez

ici

Modalités d'inscription : L'inscription se fait à la Scolarité, en juillet ou septembre, sur rendez-vous. Les modalités vous seront adressées à l'issue de votre admission.

Les +

Les plus de cette formation

La Licence Professionnelle MPC1, créée en 2009 et au taux d'insertion élevé, met l'accent sur la maîtrise des techniques du commerce international dans un contexte interculturel grâce à une expérience universitaire ET professionnelle solides. L'internationalisation des échanges entraîne une mobilité géographique croissante des acteurs au sein des structures privées (de la PME à la firme multinationale), publiques ou semi-publiques.

Cependant, les différences nationales, les coutumes locales et les a priori n'ont pas disparu malgré l'illusion d'une culture mondialisée. La formation permettra ainsi à l'étudiant de comprendre ces différences et de s'y ouvrir, dans le but de mieux appréhender les marchés à l'échelle mondiale, de participer à la mise en place de stratégies d'internationalisation, de devenir un négociateur efficace dans ce contexte mondialisé.

[Modifier cette formation](#)